La Piazza Privata

Media dal basso, proprietà dall'alto

Collana Erranze · 8 — Giovanni Martini

© 2026 Giovanni Martini

Distribuito con licenza Creative Commons BY-NC-SA 4.0
creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0

Edizione cartacea — Collana Erranze, vol. 8

Il testo è stato scritto dall'autore; strumenti di intelligenza artificiale sono stati utilizzati come supporto editoriale (rifinitura linguistica e coerenza del testo).

Prima edizione: 2026

Sommario

Prologo: La dichiarazione in affitto 5

Parte Prima: La promessa, un medium senza padroni 7

Parte Seconda: La piattaforma, l'infrastruttura prende il controllo 19

Parte Terza: I nuovi controllori 27

Parte Quarta: Cosa resta della promessa 33

Epilogo: Una voce in affitto 43

Testi di riferimento 45

Nella stessa collana 49

L'autore 51

Prologo: La dichiarazione in affitto

L'8 febbraio 1996, da Davos, John Perry Barlow scrisse la sua *Dichiarazione d'indipendenza del Cyberspazio*: «Stiamo creando un mondo in cui ognuno in ogni luogo possa esprimere le sue idee, senza pregiudizio riguardo al fatto che siano strane, senza paura di essere costretto al silenzio o al conformismo».

Oggi quella dichiarazione si legge su un sito ospitato su server di proprietà di un'azienda privata, indicizzato da un motore di ricerca di un'altra azienda privata, condiviso su piattaforme di altre tre o quattro.

Il sogno di un medium senza padroni si è realizzato nella parte che riguarda la voce. Chiunque può parlare, e raggiungere milioni di persone, senza chiedere il permesso a un direttore di rete o a un editore. Si è rovesciato nella parte che riguarda il luogo: nessuno possiede la stanza in cui pronuncia quella voce, le sue regole, i suoi orari di apertura, il diritto di chiuderla.

Parte Prima: La promessa, un medium senza padroni

Il sogno cyberlibertario: Barlow e la Dichiarazione d'indipendenza del cyberspazio

John Perry Barlow non era un informatico. Era un paroliere dei Grateful Dead, un allevatore di bestiame del Wyoming, un uomo che aveva attraversato gli anni Sessanta e ne aveva conservato l'istinto a diffidare di ogni autorità centralizzata. Nel 1990, insieme a Mitchell Kapor e John Gilmore, fonda la Electronic Frontier Foundation per difendere le libertà civili nel nuovo territorio digitale. Gilmore conia, in quegli stessi anni, la frase che diventerà il motto non ufficiale dell'intera cultura della rete: «Internet interpreta la censura come un danno e la aggira.» Non una previsione tecnica: una professione di fede.

Il termine con cui Barlow battezza quel territorio non è suo. "Cyberspazio" è un conio dello scrittore William Gibson, comparso per la prima volta nel racconto *Burning Chrome* (1982) e reso celebre due anni dopo da *Neuromancer*, dove descrive "un'allucinazione consensuale" vissuta ogni giorno da miliardi di operatori legittimi in ogni nazione. Barlow eredita un'immagine già compiuta nella letteratura, e la trasforma in programma politico.

La *Dichiarazione d'indipendenza del Cyberspazio* nasce a Davos, l'8 febbraio 1996, in risposta a un fatto preciso. Il Congresso americano aveva appena approvato il Telecommunications Act, e con esso il Communications Decency Act, che imponeva per la prima volta restrizioni federali ai contenuti online.

Barlow scrive il testo in una notte, di getto, e lo distribuisce via email prima ancora che faccia giorno. Il linguaggio è quello della retorica fondativa americana, Jefferson, Madison, la dichiarazione del 1776, applicato a un territorio che non esiste fisicamente: «Voi non avete sovranità sui luoghi dove ci incontriamo.»

Dietro la sua veemenza, il testo formalizza un'idea che circolava già da anni nella cultura californiana del WELL, la prima comunità virtuale rilevante, fondata nel 1985 da Stewart Brand. La rete sarebbe uno spazio sociale autosufficiente, capace di generare le proprie norme, la propria etica, il proprio ordine, senza bisogno di un'autorità esterna che lo imponesse dall'alto. Non l'assenza di regole: regole endogene, emergenti dalle pratiche stesse degli utenti.

Letta oggi, la Dichiarazione colpisce per ciò che dà per scontato. Barlow immagina un cyberspazio fatto "di transazioni, di relazioni, e di pensiero puro", uno spazio senza materia e dunque senza i concetti che la materia rende necessari: proprietà, confine, giurisdizione. Non poteva prevedere che quello spazio, per esistere, avrebbe avuto bisogno di server fisici, cavi sottomarini, data center raffreddati ad acqua, e che chi possedeva quelle infrastrutture avrebbe finito per possedere, in un senso molto concreto, anche la voce che vi transitava. La promessa era di un medium senza padroni. L'errore, comprensibile nel 1996, fu di confondere l'assenza di un padrone visibile con l'assenza di un padrone.

Il vangelo digitale: Rossetto, Negroponte, il Cluetrain Manifesto, Kelly

Nel gennaio 1993, a San Francisco, Louis Rossetto e Jane Metcalfe lanciano *Wired*: una rivista patinata, costosa, graficamente aggressiva, che si propone come il portavoce di una rivoluzione già in corso. Nell'editoriale del primo numero Rossetto scrive che la tecnologia digitale «sta avendo un impatto così pervasivo sulla cultura umana, e così rapido, che nessuno dei media esistenti ne sta dando conto adeguatamente».

Wired non si limita a raccontare il cambiamento: lo predica, con un ottimismo dichiaratamente libertario che mescola controcultura californiana e fede nel mercato. Rossetto stesso definirà più tardi quella sensibilità *techno-libertarianism*. Lo Stato come ostacolo, la rete come spazio di autorganizzazione spontanea, il progresso tecnologico come forza politicamente neutra ma storicamente inarrestabile. È il clima culturale preciso in cui matura la Dichiarazione di Barlow, e *Wired* ne sarà per anni la cassa di risonanza naturale, pubblicandone ampi stralci e proclamando Barlow uno dei propri "santi protettori".

Nicholas Negroponte, fondatore del Media Lab del MIT, scrive una rubrica fissa su *Wired* fin dal primo numero. Nel 1995 raccoglie quelle riflessioni in *Essere digitali*, il libro che più di ogni altro traduce in linguaggio divulgativo la svolta in atto.

La tesi centrale è una distinzione netta: il mondo si sta spostando dagli atomi ai bit, dalla materia pesante, costosa da produrre e trasportare, all'informazione pura, leggera, riproducibile a costo pressoché nullo. Da questo spostamento Negroponte deriva quattro qualità che, sostiene, caratterizzeranno necessariamente l'era digitale: decentralizzazione, globalizzazione, armonizzazione e capacità di delega di potere (*empowerment*) verso l'individuo.

Prevede inoltre la nascita di un "Daily Me", un giornale personalizzato che ciascuno costruirà filtrando le notizie secondo i propri interessi. È un'anticipazione sorprendentemente esatta del *newsfeed* algoritmico, formulata però come una liberazione del lettore e non come uno strumento nelle mani di una piattaforma.

Nel 1999, mentre *Wired* compie i primi sei anni di vita, quattro consulenti aziendali, Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls e David Weinberger, pubblicano online il *Cluetrain Manifesto*: novantacinque tesi nello spirito di Lutero, indirizzate non ai governi ma alle aziende. La prima è anche la più citata: "I mercati sono conversazioni."

L'argomento è che internet sta restituendo alle comunicazioni commerciali la voce umana, diretta, informale, spesso irriverente, che il linguaggio corporativo del Novecento aveva soffocato sotto strati di comunicati stampa e gergo manageriale. I dipendenti di un'azienda, sostengono gli autori, sanno parlare ai clienti meglio di qualunque ufficio marketing, se solo si lascia che lo facciano.

Il manifesto applica al rapporto fra aziende e pubblico la stessa logica che Barlow applicava ai governi e Raymond al software: l'intermediazione gerarchica come ostacolo a una comunicazione che, lasciata libera, troverebbe da sé un ordine migliore.

Kevin Kelly, primo direttore esecutivo di *Wired* e fra i suoi pensatori più sistematici, porta questa fiducia alle sue conseguenze più radicali. In *Out of Control* (1994) descrive i sistemi decentralizzati, dagli alveari ai mercati alle reti di computer, come strutture che generano un ordine superiore a quello che qualsiasi progettazione centrale potrebbe ottenere.

Nel 2010, in *Quello che vuole la tecnologia*, spinge l'argomento oltre la metafora. La tecnologia, sostiene, costituisce un sistema evolutivo a sé, il "technium", che possiede tendenze proprie, sufficientemente stabili da poter essere descritte come una forma di volontà. Come la vita tende verso una maggiore complessità, diversità e libertà, così il

technium tende verso una maggiore efficienza, ma anche verso una maggiore apertura, molteplicità di opzioni, possibilità di scelta per chi lo usa.

È la versione più filosoficamente elaborata di un'idea che attraversa tutto il vangelo digitale degli anni Novanta: che la direzione della tecnologia non vada governata dall'esterno, perché porta in sé, intrinsecamente, una spinta verso la liberazione dell'individuo. È precisamente questa fiducia, più che uno qualunque dei suoi argomenti specifici, che le pagine seguenti metteranno alla prova.

L'etica hacker e la cultura del dono: Levy, Raymond

Nel 1984 Steven Levy pubblica *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, il libro che per primo mette per iscritto quella che lui chiama l'etica hacker. L'accesso ai computer dovrebbe essere illimitato e totale. L'informazione dovrebbe essere libera. Diffidare dell'autorità, promuovere il decentramento. Gli hacker dovrebbero essere giudicati per il loro hacking, non per falsi criteri come laurea, età, razza o posizione sociale. Si può creare arte e bellezza al computer. I computer possono cambiare la vita in meglio.

Levy descrive una cultura nata nei laboratori del MIT negli anni Sessanta, ben prima del personal computer. Ma il suo libro diventa il testo fondativo di un'etica che la rete erediterà quasi intatta: la conoscenza tecnica va condivisa e non recintata, e la reputazione fra pari vale più di qualsiasi credenziale formale.

Quell'etica trova la sua formulazione economica compiuta quindici anni dopo. Nel 1999 Eric S. Raymond pubblica *La cattedrale e il bazaar*, un saggio nato dall'osservazione dello sviluppo del kernel Linux.

Raymond contrappone due modelli di produzione del software. La cattedrale: pianificazione centralizzata, rilasci controllati, pochi architetti che custodiscono la visione d'insieme, come nel software proprietario

delle grandi aziende. E il bazar: lo stile caotico e apparentemente disorganizzato della comunità open source, dove migliaia di programmatori contribuiscono in parallelo, senza un piano centrale, e dove «dato un numero sufficiente di occhi, tutti i bug sono superficiali». Il bazar non funziona nonostante l'assenza di gerarchia, ma grazie ad essa: la qualità emerge dalla revisione distribuita, non dal controllo dall'alto.

Ciò che rende interessante questo modello, in una storia della comunicazione dal basso, è la sua economia implicita. Nessuno paga i contributori di Linux per riga di codice. Il compenso è la reputazione: il riconoscimento dei pari, la soddisfazione di vedere il proprio lavoro incorporato in qualcosa di usato da milioni di persone. È quella che antropologi come Marcel Mauss avrebbero chiamato un'economia del dono, dove il valore di uno scambio non si misura in denaro ma nel legame sociale che lo scambio produce. Il software libero precede e prefigura, in questo, il giornalismo dal basso e i social media partecipativi: entrambi promettono di sostituire l'incentivo monetario con l'incentivo reputazionale, e in entrambi i casi quella promessa, con il tempo, si rivelerà più fragile del previsto.

Castells e la società in rete

Tra il 1996 e il 1998 il sociologo spagnolo Manuel Castells pubblica la trilogia *L'età dell'informazione*, il tentativo più ambizioso di descrivere in termini sistematici la trasformazione in corso. Il concetto centrale è quello di "società in rete": una società organizzata non più attorno a istituzioni gerarchiche, fabbriche, stati, chiese, partiti, ma attorno a reti di informazione che attraversano quelle istituzioni e ne ridefiniscono la logica di funzionamento. Castells introduce una distinzione che diventerà uno strumento analitico durevole: lo "spazio dei flussi" contro lo "spazio dei luoghi". Lo spazio dei luoghi è quello dell'esperienza fisica situata, il quartiere, la fabbrica, la piazza. Lo spazio dei flussi è quello delle reti elettroniche, delle transazioni finanziarie istantanee, delle

comunicazioni che attraversano il pianeta senza attrito: un potere che si esercita sempre più nello spazio dei flussi, lasciando lo spazio dei luoghi in una posizione subalterna.

Per Castells la rete non è uno strumento neutro che si aggiunge alla società esistente. È una nuova logica organizzativa che ne riscrive le gerarchie. Chi controlla i nodi della rete, i punti in cui i flussi si concentrano e si smistano, esercita un potere che le vecchie categorie politiche, fondate sul controllo del territorio, faticano a descrivere.

Nel 2009, in *Communication Power*, Castells aggiorna l'analisi con il concetto di "autocomunicazione di massa" (*mass self-communication*). È un nuovo tipo di comunicazione: di massa, perché può raggiungere un pubblico potenzialmente globale, ma anche auto-generata nel contenuto, auto-diretta nell'emissione e auto-selezionata nella ricezione. È esattamente la promessa di Barlow tradotta in linguaggio sociologico: chiunque, in linea di principio, può diventare un nodo emittente.

Ma Castells nota già, con un'ambivalenza che la sua opera successiva approfondirà, che l'architettura tecnica di quella autocomunicazione resta nelle mani di pochi attori. I protocolli, le piattaforme, gli algoritmi di smistamento. Il potere si è spostato dal controllo dei contenuti al controllo dell'infrastruttura attraverso cui i contenuti circolano: una distinzione che diventerà il fulcro di tutta la seconda parte di questo libro.

Il giornalismo dal basso: Indymedia e i blog

Nel novembre 1999, durante le proteste contro il vertice del WTO a Seattle, un gruppo di attivisti e tecnici allestisce un sito web per pubblicare in tempo reale testi, foto e video delle manifestazioni, senza passare attraverso le redazioni dei grandi network. Nasce Indymedia, con uno slogan che diventerà un manifesto: "Non odiare i media, diventa il media."

Il sito permette a chiunque di pubblicare direttamente, senza redattori che filtrino i contenuti prima della pubblicazione. È un modello editoriale radicalmente aperto, che in pochi mesi si replica in decine di città nel mondo.

Indymedia anticipa, con mezzi rudimentali, ciò che il blogging di massa renderà accessibile a chiunque nei primi anni Duemila. Blogger nasce nel 1999, WordPress nel 2003: piattaforme che abbattono la barriera tecnica alla pubblicazione, permettendo a chiunque sappia scrivere di avere un proprio spazio editoriale senza bisogno di sapere programmare.

Nel 2004 Dan Gillmor, per anni columnist tecnologico alla *San Jose Mercury News*, pubblica *We the Media*, un libro che formalizza l'idea del "giornalismo come conversazione". Non più un flusso a senso unico da un'élite di professionisti a un pubblico passivo, ma uno scambio orizzontale fra cittadini informati, alcuni dei quali si trovano, per competenza o per posizione, più vicini alla notizia di qualsiasi inviato.

La tecnologia che rende possibile questa rete distribuita di voci è in apparenza minore, e invece decisiva: l'RSS, un protocollo che permette di aggregare automaticamente gli aggiornamenti di migliaia di fonti diverse senza dover visitare ciascun sito singolarmente. È un'infrastruttura volutamente decentralizzata, senza un hub proprietario che la controlli. Chiunque può pubblicare un feed, chiunque può leggerlo con il programma che preferisce.

Per un breve periodo, fra il 2003 e il 2008 circa, sembra che il giornalismo dal basso abbia trovato la sua forma tecnica definitiva: pubblicazione libera, distribuzione decentralizzata, nessun intermediario obbligato. Quella stagione, con il senno di poi, si rivelerà una finestra storica più stretta di quanto i suoi protagonisti immaginassero.

Benkler e la produzione tra pari

Nel 2006 il giurista Yochai Benkler pubblica *La ricchezza della rete*, il tentativo più rigoroso di dare una base economica e giuridica a ciò che Levy e Raymond avevano descritto in termini culturali. Benkler introduce il concetto di "produzione tra pari basata sui commons" (*commons-based peer production*): un terzo modo di organizzare la produzione di beni e informazione. È distinto sia dal mercato, coordinato dai prezzi, sia dalla gerarchia, coordinata dal comando, e si fonda invece sulla cooperazione decentralizzata fra individui che contribuiscono motivati da incentivi non monetari.

Wikipedia, lanciata nel 2001, è il caso paradigmatico a cui Benkler torna più spesso. Un'enciclopedia scritta da decine di migliaia di volontari sconosciuti fra loro, senza una redazione centrale che assegni gli articoli, capace tuttavia di raggiungere su gran parte delle voci un'affidabilità comparabile a quella delle enciclopedie professionali: uno studio di *Nature* del 2005 lo avrebbe mostrato confrontandola con la *Encyclopaedia Britannica*.

Per Benkler non è un caso isolato, ma il segno di una trasformazione strutturale, resa possibile da due condizioni che prima non esistevano insieme. Il costo quasi nullo della distribuzione digitale. E la disponibilità diffusa di mezzi di produzione, un computer connesso, che in passato richiedevano investimenti accessibili solo a editori e broadcaster.

La tesi politica di Benkler è la più ambiziosa di questa prima parte. Una sfera pubblica organizzata in rete, dice, è strutturalmente più diversificata, più partecipativa e meno manipolabile di una sfera pubblica organizzata attorno ai mass media del Novecento, dove un numero ristretto di proprietari editoriali decideva l'agenda per milioni di lettori.

Non si tratta di un'utopia tecnologica ingenua. Benkler è esplicito nel riconoscere che questa promessa dipende da condizioni istituzionali, non solo tecniche, che possono essere preservate o smantellate. È precisamente quella condizionalità, spesso trascurata negli anni dell'entu-

siasmo, il punto di partenza per capire cosa succede quando l'infrastruttura che rende possibile la produzione tra pari smette di essere un common good e diventa una proprietà.

Aaron Swartz e il prezzo dell'etica hacker

Aaron Swartz nasce nel 1986 e a quattordici anni, nel 2000, è tra gli autori della specifica RSS 1.0, lo stesso protocollo che ha reso possibile la rete decentralizzata di blog descritta nella sezione precedente. Negli anni successivi entra giovanissimo nel gruppo che elabora le licenze Creative Commons, e nel 2005 la sua startup Infogami confluisce in Reddit. A poco più di vent'anni è già, a tutti gli effetti, uno dei costruttori più precoci e più dotati dell'infrastruttura aperta raccontata finora.

Nel luglio 2008, da Eremo, un paese dell'Umbria, Swartz pubblica online il *Guerrilla Open Access Manifesto*. Poche pagine che applicano l'etica hacker di Levy e lo spirito del dono descritto nella sezione precedente non più al software, ma alla conoscenza accademica.

La scienza, scrive Swartz, viene prodotta con fondi pubblici e poi rivenduta agli stessi atenei che l'hanno finanziata, sotto forma di abbonamenti a riviste che pochi possono permettersi. "Non c'è giustizia nel rispettare leggi ingiuste": l'unico modo per correggere questa privatizzazione della conoscenza è condividerla, anche infrangendo la legge.

Tra il 2010 e il 2011 Swartz collega un computer alla rete del MIT e scarica circa 4,8 milioni di articoli accademici dall'archivio JSTOR, con l'intenzione dichiarata di renderli liberamente accessibili. Viene arrestato nel gennaio 2011. JSTOR, recuperato il materiale, decide di non procedere civilmente; la procura federale, guidata da Carmen Ortiz, lo incrimina comunque per frode telematica e violazione del Computer Fraud and Abuse Act, con un'imputazione che, sommando i singoli capi d'accusa, gli avrebbe potuto costare fino a trentacinque anni di carcere per il download di articoli scientifici. Lawrence Lessig,

suo mentore e amico, definirà pubblicamente quel procedimento "bullismo" da parte di un sistema giudiziario che applicava a un atto di disobbedienza civile le pene previste per la criminalità organizzata.

Nello stesso periodo Swartz fonda Demand Progress, un'organizzazione di attivismo digitale. Nel 2011 e nel 2012 guida, insieme ad altre, la mobilitazione online contro le leggi SOPA e PIPA, proposte al Congresso americano per rafforzare il controllo sulla pirateria digitale attraverso poteri estesi di oscuramento dei siti.

La protesta culmina il 18 gennaio 2012 con il blackout volontario di Wikipedia e di migliaia di altri siti, e costringe il Congresso a ritirare entrambe le proposte. È una delle dimostrazioni più nette, in questa storia, di cosa potesse ottenere la produzione tra pari descritta da Benkler quando si organizzava attorno a un obiettivo politico preciso.

L'11 gennaio 2013, mentre il processo per il caso JSTOR è ancora in corso, Swartz si toglie la vita. Ha ventisei anni. La sua morte provoca un'ondata di reazioni che porta alla proposta, mai approvata, di una riforma del Computer Fraud and Abuse Act ribattezzata informalmente "Aaron's Law". Resta il punto più alto e più tragico a cui sia mai arrivata l'etica hacker descritta da Levy: non solo la convinzione che l'informazione debba essere libera, ma la disponibilità a pagarne personalmente il prezzo quando le istituzioni che la custodiscono, l'università, l'editoria accademica, la legge, decidono di farla pagare a qualcun altro. È un anticipo, in termini umani prima ancora che strutturali, di una tensione che attraverserà il resto di questo libro in scala sempre maggiore: quella tra la promessa di un sapere e di una voce senza padroni, e il potere, istituzionale o commerciale, di chi ne controlla l'accesso.

Parte Seconda: La piattaforma, l'infrastruttura prende il controllo

Da Web 2.0 a piattaforma: la cattura dell'infrastruttura

Nell'ottobre 2004 Tim O'Reilly organizza la prima conferenza intitolata "Web 2.0", e con essa battezza una transizione già in corso. Dal web statico delle pagine HTML scritte a mano al web dei contenuti generati dagli utenti: i blog, i wiki, i tag, le applicazioni che diventano più utili quante più persone le usano.

O'Reilly la chiama "architettura della partecipazione": piattaforme progettate in modo che l'uso stesso da parte degli utenti ne migliori il servizio, come accade con i link su Google o le recensioni su Amazon. È, in apparenza, la realizzazione tecnica della promessa di Benkler: la produzione tra pari che trova finalmente gli strumenti per scalare oltre la nicchia degli sviluppatori di software libero.

Ma sotto l'etichetta condivisa si nasconde uno spostamento strutturale, che diventerà chiaro solo retrospettivamente. Il Web 1.0 era, almeno in linea di principio, un sistema distribuito: chiunque poteva affittare uno spazio su un server e pubblicare le proprie pagine, raggiungibili da chiunque altro attraverso un protocollo aperto, l'HTTP, che nessuna azienda possedeva.

Il Web 2.0 sposta la partecipazione dentro contenitori proprietari. Facebook nasce nel 2004, YouTube nel 2005, Twitter nel 2006. Non si pubblica più su un proprio sito: si pubblica *dentro* la piattaforma di qualcun altro, secondo le sue regole, con la sua interfaccia, dentro il suo database. La differenza sembra cosmetica, una questione di comodità. È invece la condizione che renderà possibile tutto ciò che segue: l'infrastruttura della partecipazione, prima distribuita fra milioni di server indipendenti, si concentra in poche mani.

Il modello di finanziamento di queste piattaforme rende quella concentrazione quasi inevitabile. È capitale di rischio che scommette su una crescita rapidissima della base utenti, prima ancora che emerga un modello di profitto chiaro.

Per restituire ai propri investitori un ritorno proporzionato al rischio assunto, una piattaforma deve crescere più in fretta dei concorrenti. E poi, raggiunta una posizione dominante, deve trovare il modo di trasformare l'attenzione accumulata in ricavo. La partecipazione libera e gratuita che il Web 2.0 celebrava come valore in sé si rivelerà, nel giro di pochi anni, non il fine ma il mezzo: il materiale grezzo da cui estrarre un prodotto vendibile.

YouTube, l'algoritmo come nuovo palinsesto

YouTube viene fondato nel febbraio 2005 da tre ex dipendenti di PayPal, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, con una promessa familiare, la stessa di Barlow e di Benkler: dare a chiunque la possibilità di pubblicare video senza passare attraverso un'emittente televisiva. Google lo acquista nell'ottobre 2006 per 1,65 miliardi di dollari, una cifra che a molti osservatori dell'epoca parve spropositata per un sito che non generava quasi ricavi pubblicitari.

Per i primi anni YouTube resta vicino alla sua promessa fondativa: un archivio orizzontale, dove la scoperta dei contenuti avviene soprattutto tramite ricerca, link esterni e iscrizioni dirette ai canali.

Il punto di svolta arriva intorno al 2012, quando YouTube riorienta il proprio algoritmo di raccomandazione. L'obiettivo non è più massimizzare i click su un singolo video, ma il tempo totale che un utente trascorre sulla piattaforma: il *watch time*. È un cambiamento tecnico apparentemente minore, e produce una conseguenza enorme. L'algoritmo impara, per tentativi su miliardi di sessioni, quali sequenze di contenuti tengono lo spettatore incollato più a lungo. E quelle sequenze si rivelano sistematicamente orientate verso contenuti più estremi, più polarizzanti, più capaci di catturare l'attenzione attraverso l'allarme o l'indignazione che attraverso l'informazione.

La sociologa Zeynep Tufekci, in un saggio del 2018 sul *New York Times* intitolato "YouTube, the Great Radicalizer", documenta come l'algoritmo tenda a condurre lo spettatore, passo dopo passo, verso contenuti via via più radicali rispetto al punto di partenza. Qualunque fosse quel punto di partenza.

C'è un'analogia utile, e inquietante, con la televisione che il Web 2.0 prometteva di superare. Nella televisione generalista un essere umano, il palinsestista, decideva cosa mandare in onda a una certa ora, sulla base di un giudizio editoriale dichiarato e in linea di principio contestabile.

Su YouTube quella funzione non scompare: si trasferisce a un sistema algoritmico ottimizzato per un unico parametro misurabile, il tempo di permanenza, privo di qualunque giudizio editoriale esplicito e per questo, paradossalmente, ancora più difficile da contestare. Non c'è un direttore di rete da accusare di scelte discutibili. C'è un sistema che nessuno, nemmeno chi lo progetta, controlla interamente nei suoi effetti aggregati. Il nuovo palinsesto è più potente del vecchio, perché si adatta a ciascuno spettatore individualmente. Ed è meno responsabile del vecchio, perché non ha un volto.

Pariser e la bolla filtro: il rovescio del Daily Me

Nel 1995 Negroponte aveva immaginato il "Daily Me" come una liberazione: un giornale costruito su misura dal lettore stesso, che finalmente si libera del filtro impersonale di un direttore lontano. Nel 2011 l'attivista Eli Pariser, allora presidente del consiglio direttivo dell'organizzazione MoveOn.org, pubblica *Il filtro. Quello che internet ci nasconde*. Il libro mostra cosa sia diventata in pratica quella previsione, e quanto poco somigli all'emancipazione promessa.

Pariser racconta un esperimento personale. Aveva stretto amicizia su Facebook con persone di orientamento conservatore proprio per restare esposto a punti di vista diversi dal proprio. Si accorge che Facebook smette gradualmente di mostrargli i loro post nel newsfeed: l'algoritmo, registrando che lui interagiva più spesso con contenuti progressisti, ottimizza silenziosamente per dargliene di più.

Il termine che Pariser conia, "bolla filtro", descrive esattamente questo meccanismo. Non una scelta consapevole dell'utente, come accadeva quando ci si abbonava a un giornale di una certa linea editoriale sapendo di farlo. Una curatela invisibile, condotta da un algoritmo che decide cosa mostrarci sulla base di ciò che in passato ha catturato la nostra attenzione, senza che ce ne accorgiamo e senza che lo abbiamo richiesto.

Il Daily Me di Negroponte presupponeva un lettore che sceglie attivamente i propri filtri, esercitando in questo una forma di sovranità informativa. La bolla filtro di Pariser è il prodotto di una selezione che avviene a monte, fuori dalla vista e fuori dal controllo del lettore. È ottimizzata non per l'interesse informativo di chi legge, ma, esattamente come l'algoritmo di YouTube della sezione precedente, per il tempo di permanenza e per la prevedibilità del comportamento futuro che quella permanenza alimenta.

L'ironia storica è netta. La personalizzazione doveva restituire al singolo il controllo sui propri flussi informativi, sottraendolo all'arbitrio di pochi controllori editoriali. È diventata lo strumento attraverso

cui un nuovo tipo di controllore, più pervasivo e meno visibile di qualunque direttore di giornale, modella silenziosamente cosa milioni di persone vedono del mondo.

Non è un tradimento della promessa originaria. Ne è, semmai, l'esecuzione più fedele e insieme più inquietante: realizza esattamente ciò che Negroponte aveva chiesto, un filtro su misura per ciascuno, senza che nessuno avesse previsto chi, alla fine, ne avrebbe scritto i criteri.

Zuboff e il capitalismo della sorveglianza

Nel 2019 la studiosa di Harvard Shoshana Zuboff pubblica *Il capitalismo della sorveglianza*, la sintesi più ampia di un argomento che aveva sviluppato per oltre un decennio. A partire dai primi anni Duemila sarebbe emersa una logica economica nuova, distinta sia dal capitalismo industriale sia dal capitalismo dei servizi che lo hanno preceduto.

Zuboff la fa risalire a un momento preciso. Nei mesi successivi allo scoppio della bolla dot-com del 2000-2001, sotto pressione per trovare un modello di ricavo sostenibile, Google scopre che i dati di scarto generati dalle ricerche degli utenti, i log che registravano ogni interazione e che fino ad allora venivano considerati sottoprodotti privi di valore, potevano essere analizzati e rivenduti agli inserzionisti come strumento di targeting pubblicitario. Zuboff chiama quel momento il "peccato originale" del capitalismo digitale.

La definizione che ne dà è densa e va sciolta con attenzione. Il capitalismo della sorveglianza, scrive Zuboff, rivendica l'esperienza umana come materia prima gratuita da tradurre in dati comportamentali. Questi dati vengono poi elaborati per produrre "prodotti predittivi", che anticipano cosa un utente farà, comprerà, cliccherà, voterà. E i prodotti predittivi vengono infine scambiati in un nuovo tipo di mercato che Zuboff chiama "mercati dei futures comportamentali", dove non si vende più un bene o un servizio ma una previsione sul comportamento futuro di una persona, acquistata da chi vuole influenzarlo.

Rispetto al capitalismo industriale classico, che mercificava il lavoro e la natura, la differenza è netta. Qui viene mercificata l'esperienza stessa, inclusi i suoi aspetti più intimi e involontari.

Il passo più controverso dell'argomento di Zuboff riguarda ciò che chiama "potere strumentario". Quando diventa economicamente vantaggioso non solo prevedere il comportamento ma anche orientarlo, questi sistemi tendono a spostarsi dalla previsione all'intervento: attraverso il design dell'interfaccia, la struttura delle notifiche, la sequenza dei contenuti mostrati.

Per il lettore di questo libro la rilevanza è diretta. La piazza dal basso immaginata da Barlow e Benkler presupponeva che la voce dei partecipanti fosse il fine dell'infrastruttura. Nel capitalismo della sorveglianza quella voce diventa invece la materia prima da cui estrarre qualcos'altro, e l'infrastruttura smette di essere uno spazio neutro per diventare uno strumento di osservazione ed estrazione continua.

Srnicek e il capitalismo delle piattaforme

Nel 2016 il filosofo canadese Nick Srnicek pubblica *Capitalismo digitale*, un breve saggio che colloca l'ascesa delle piattaforme dentro una cornice macroeconomica più ampia di quella offerta da Zuboff. La svolta verso il modello-piattaforma non sarebbe stata soltanto un'invenzione tecnologica: fu una risposta strutturale alla crisi finanziaria del 2008. Con la manifattura in crisi di redditività nei paesi avanzati e i tassi d'interesse vicini allo zero, il capitale in cerca di rendimento si è riversato su un nuovo tipo di asset, i dati, e su un nuovo tipo di intermediario capace di estrarli su scala, la piattaforma.

Srnicek definisce la piattaforma come un'infrastruttura digitale che permette a due o più gruppi di interagire: un venditore e un compratore su Amazon, un creatore di contenuti e uno spettatore su YouTube, un autista e un passeggero su Uber.

Ciò che rende il modello distintivo, e potente, è che la piattaforma non si limita a facilitare l'incontro fra le parti. Si posiziona come intermediario obbligato di ogni interazione, e da quella posizione estrae dati su ciascuna di esse. I dati a loro volta migliorano il servizio, attirano più utenti, e rafforzano la posizione dominante in un circolo che gli economisti chiamano effetto di rete: più utenti usano una piattaforma, più essa diventa preziosa per ogni singolo utente, e più diventa difficile per un concorrente entrare nel mercato offrendo un servizio equivalente ma con una base di utenti più piccola.

Srnicek ne distingue diverse famiglie. Pubblicitarie come Google e Facebook. Cloud come Amazon Web Services. "Snelle" come Uber e Airbnb, che possiedono pochissimi asset fisici e si limitano a coordinare risorse di proprietà altrui. Ma il meccanismo di fondo, l'estrazione di dati attraverso una posizione di intermediazione protetta da effetti di rete, è comune a tutte.

La conclusione di Srnicek chiude il cerchio aperto dalla promessa originaria. L'infrastruttura aperta che secondo Benkler avrebbe permesso a chiunque di produrre e distribuire senza l'intermediazione di un editore non è scomparsa: è stata assorbita dentro un nuovo strato di intermediazione, più efficiente, più capillare, e soprattutto proprietario, di quello che doveva sostituire.

La piazza è ancora aperta a chi vuole parlare. Ma il terreno su cui sorge, il suolo stesso della piazza, appartiene ormai a poche aziende che ne fissano le regole di accesso, ne misurano ogni passo e ne traggono, da quella misurazione, il proprio profitto.

Parte Terza: I nuovi controllori

Gillespie: i custodi di internet

Nel 2018 lo studioso dei media Tarleton Gillespie pubblica *Custodians of the Internet*, un libro che smonta dall'interno uno dei miti fondativi di questa storia: l'idea che le piattaforme fossero, o potessero mai essere, semplici condotti neutrali attraverso cui passa la voce degli utenti, senza intervenire sul suo contenuto.

Gillespie mostra che la moderazione non è un'aggiunta tardiva al modello delle piattaforme, un correttivo introdotto in risposta a problemi imprevisti. È costitutiva, presente fin dal primo giorno. Nessuna piattaforma capace di attrarre pubblicità e investitori può permettersi di restare associata a contenuti violenti, illegali o semplicemente sgradevoli per la maggioranza degli utenti.

La possibilità giuridica di questa moderazione su scala ha un'origine precisa: la Sezione 230 del Communications Decency Act statunitense del 1996, lo stesso atto legislativo che, nella sua parte sulla decenza, aveva spinto Barlow a scrivere la Dichiarazione.

La Sezione 230 stabilisce due cose insieme, in apparenza contraddittorie. Che le piattaforme non sono responsabili legalmente per i contenuti pubblicati dai loro utenti, come un editore lo sarebbe per ciò che pubblica. E che possono comunque rimuovere o limitare quei contenuti in buona fede, senza perdere questa immunità. È la base legale che

permette a un'azienda di comportarsi come un editore, selezionando, promuovendo, sopprimendo, senza assumersi le responsabilità che la legge attribuisce a un editore.

Gillespie chiama questa funzione "custodia" proprio per la sua natura discreta, quasi invisibile. I "custodi" del titolo non sono solo gli algoritmi di rilevamento automatico. Sono anche eserciti di moderatori umani, spesso lavoratori a contratto, sottopagati, dislocati in centri operativi nelle Filippine o in India, che ogni giorno visionano migliaia di immagini e video per stabilire cosa resta online e cosa viene rimosso, esposti per ore a contenuti violenti o traumatici di cui il pubblico non sospetta l'esistenza.

Il giornalista Adrian Chen documentò questo lavoro invisibile già nel 2014, su *Wired*, in un'inchiesta che descriveva i moderatori come "gli addetti alle pulizie di internet". La piazza, racconta Gillespie, non è mai stata davvero senza custodi. Lo è solo stata, per anni, senza che i suoi frequentatori lo sapessero.

Moderazione, demonetizzazione, shadowban: editoria senza editori

Dalla custodia descritta da Gillespie nasce un vocabolario tecnico che gli utenti delle piattaforme hanno imparato a conoscere per esperienza diretta, spesso dolorosa.

La demonetizzazione consiste nel sospendere la possibilità per un creatore di guadagnare dalla pubblicità su un proprio video, in base a linee guida sulla "amichevolezza per gli inserzionisti" che restano in larga parte proprietarie e mutevoli. YouTube l'ha avviata attorno al 2017, dopo il cosiddetto "Adpocalypse", il momento in cui grandi inserzionisti ritirarono le campagne pubblicitarie temendo di apparire accanto a contenuti estremisti o controversi.

Lo shadowban consiste invece nel ridurre la visibilità di un account o di un contenuto senza notificarlo all'utente, che continua a pubblicare credendo di raggiungere il proprio pubblico mentre in realtà ne raggiunge solo una frazione. Molte piattaforme negano ufficialmente di applicarlo, pur essendone state più volte accusate da ricercatori indipendenti.

Ciò che accomuna questi strumenti, al di là dei dettagli tecnici, è l'esercizio di un potere editoriale enorme, paragonabile per ampiezza a quello di qualsiasi direttore di giornale del Novecento, senza nessuna delle responsabilità che a quel potere erano storicamente associate.

Il direttore di un quotidiano è una persona identificabile, raggiungibile, citabile in giudizio per ciò che pubblica. Le sue decisioni editoriali, per quanto contestabili, sono in linea di principio motivabili e impugnabili. Le decisioni di demonetizzazione o di riduzione algoritmica della visibilità non sono firmate da nessuno, raramente vengono spiegate nel dettaglio, e i percorsi di appello, quando esistono, restano interni alla piattaforma, senza nessuna terza parte indipendente a cui rivolgersi.

È editoria a tutti gli effetti, esercitata su scala planetaria, e priva del nome, del volto e della responsabilità che la parola "editoria" porta storicamente con sé.

L'enshittification di Doctorow: la piattaforma che si autodivora

Nel 2022 lo scrittore e attivista Cory Doctorow conia un termine che nel giro di un anno entra nel lessico comune della critica alle piattaforme: *enshittification*, l'"immerdamento" o, più prosaicamente, il progressivo peggioramento di un servizio digitale fino a renderlo inservibile.

Doctorow descrive uno schema a tre fasi, che si ripete con regolarità sufficiente da poter essere chiamato, dice, quasi una legge. Nella prima la piattaforma è generosa con gli utenti finali: prezzi bassi, nessuna

pubblicità invasiva, un prodotto che genuinamente soddisfa chi lo usa, perché serve ad accumulare una base installata e a renderla dipendente. Nella seconda, raggiunta una massa critica di utenti che la rende difficile da abbandonare, la piattaforma sposta valore verso i propri clienti commerciali, inserzionisti e venditori terzi, creando i presupposti per un secondo mercato. Nella terza, una volta che anche i clienti commerciali sono diventati dipendenti, estrae valore da entrambi i lati a beneficio esclusivo dei propri azionisti, fino a degradare l'esperienza per tutti.

L'argomento di Doctorow non è morale ma strutturale, e per questo si salda direttamente con l'analisi di Srnicek. Il degrado non dipende dalla cattiva fede di singoli dirigenti: dipende dall'assenza di vincoli che storicamente avrebbero potuto impedirlo.

Doctorow ne elenca tre. La concorrenza, indebolita da decenni di scarsa applicazione delle leggi antitrust che hanno permesso alle grandi piattaforme di acquisire o soffocare ogni rivale emergente. L'interoperabilità, tecnicamente possibile ma deliberatamente impedita, perché un utente che potesse esportare facilmente i propri contatti, i propri dati, il proprio seguito verso un servizio concorrente eserciterebbe una pressione competitiva che nessuna piattaforma vuole subire. E la regolamentazione pubblica, in larga parte assente o in ritardo cronico rispetto alla velocità con cui questi modelli di business si evolvono.

Senza questi vincoli, scrive Doctorow, l'enshittification non è un rischio. È il destino quasi meccanico di qualunque piattaforma protetta da effetti di rete abbastanza forti da rendere irrilevante la qualità decrescente del servizio.

L'economia dei creator: precarietà nella company town digitale

Nel 2007 YouTube lancia il Partner Program, il primo meccanismo sistematico che permette a chi pubblica video di ricevere una quota dei ricavi pubblicitari generati dai propri contenuti. È, per molti versi, il momento in cui la promessa della produzione tra pari descritta da Benkler sembra trovare finalmente un modello economico sostenibile. Non più solo reputazione e gratificazione del dono, ma un reddito vero, in alcuni casi sufficiente a sostituire un impiego tradizionale.

Nasce così quella che oggi si chiama "economia dei creator": milioni di persone nel mondo che producono video, podcast, post, in cambio di una frazione dei ricavi pubblicitari o degli abbonamenti generati dalla propria audience.

La sociologa Brooke Erin Duffy, in un libro del 2017 dal titolo eloquente, *(Not) Getting Paid to Do What You Love*, descrive la condizione di questi lavoratori come "lavoro aspirazionale". È un'attività che promette autonomia, espressione di sé, fuga dalla gerarchia aziendale tradizionale, e che nella pratica produce una precarietà più profonda di quella che prometteva di superare.

Il creatore non ha un salario, un contratto, una tutela contro il licenziamento. Ha un algoritmo che decide, secondo criteri in larga parte opachi e soggetti a modifiche improvvise, quanto pubblico raggiungeranno i suoi contenuti. E ha una policy di monetizzazione che la piattaforma può riscrivere unilateralmente in qualsiasi momento, riducendo da un giorno all'altro un reddito costruito in anni di lavoro.

L'immagine storica che meglio descrive questa condizione è quella della *company town*, la città di proprietà di un'unica azienda. A Pullman, in Illinois, alla fine dell'Ottocento, gli operai abitavano case dell'azienda, compravano nei negozi dell'azienda, vedevano l'affitto trattenuto dalla busta paga prima ancora di riceverla, e dipendevano dal datore di lavoro per ogni aspetto della propria esistenza materiale.

Il creatore digitale costruisce la propria identità professionale, il proprio pubblico, la propria reputazione interamente dentro un'infrastruttura di proprietà altrui. Non possiede l'elenco dei propri iscritti. Non può trasferirli altrove con un clic. Non ha alcuna garanzia che le regole del gioco resteranno le stesse il mese successivo.

La piazza dal basso immaginata da Barlow e Benkler ha finito per generare, nella sua versione matura, una nuova forma di dipendenza economica strutturalmente simile a quelle che il Novecento industriale aveva impiegato un secolo a smantellare.

Parte Quarta: Cosa resta della promessa

Morozov e la critica del cyber-utopismo

Nel 2011, lo stesso anno in cui Pariser pubblica *Il filtro*, lo studioso bielorusso Evgeny Morozov pubblica *L'ingenuità della rete*. Non si limita a denunciare ciò che le piattaforme sono diventate, come fanno Zuboff o Srnicek: rimette in discussione la premessa stessa di questo libro, che la rete possieda per sua natura una valenza politica emancipatrice.

Morozov conia due termini destinati a restare nel vocabolario critico. Il "cyber-utopismo", la fede che la comunicazione digitale conduca quasi automaticamente a più libertà e più democrazia. E l'"internet-centrismo", la tendenza a trattare internet come il punto di partenza dell'analisi politica anziché come uno strumento che si inserisce dentro rapporti di potere già esistenti, e che quei rapporti tende a riprodurre più spesso di quanto li sovverta.

L'argomento di Morozov si appoggia su una constatazione empirica scomoda per chiunque avesse creduto a Barlow. Gli stessi strumenti celebrati come intrinsecamente liberatori, i social network, le piattaforme di messaggistica, i blog, si sono rivelati altrettanto utili ai governi autoritari che ai loro oppositori. In molti casi più utili.

Morozov ricostruisce come la stampa occidentale avesse salutato le proteste in Iran del 2009 come una "rivoluzione di Twitter". Poi si scoprì che lo stesso Twitter, insieme a Facebook e ai motori di ricerca, forniva al regime uno strumento di sorveglianza dei dissidenti incomparabilmente più efficace di qualunque polizia politica novecentesca. Bastava monitorare chi seguiva chi, chi commentava cosa, per mappare reti di opposizione che in passato avrebbero richiesto anni di infiltrazione.

Questa non è, per Morozov, un'eccezione né un uso distorto di una tecnologia neutra. È la dimostrazione che l'infrastruttura non porta in sé nessuna direzione politica predeterminata. Chi controlla i nodi della rete, per riprendere la formula di Castells, esercita un potere che può andare in entrambe le direzioni, verso l'emancipazione o verso il controllo, a seconda di chi quel controllo lo detiene.

La fede contraria attraversava la Dichiarazione di Barlow, il vangelo di *Wired*, perfino l'ottimismo più cauto di Castells e Benkler. Non era soltanto ingenua riguardo al futuro: era ingenua riguardo alla natura stessa della tecnologia, trattata come un agente politico autonomo anziché come un terreno conteso. È questa ingenuità di fondo, più della cattura commerciale già descritta, il vero punto di rottura fra la promessa originaria e ciò che ne è seguito.

Mastodon e ActivityPub: i tentativi di rifederazione

Nel 2016 il programmatore tedesco Eugen Rochko lancia Mastodon, un social network che assomiglia a Twitter nell'interfaccia ma ne capovolge l'architettura. Invece di un'unica azienda proprietaria di un unico database centrale, Mastodon è composto da migliaia di server indipendenti, gestiti da singoli individui, collettivi o organizzazioni, ciascuno con le proprie regole di moderazione.

I server comunicano fra loro attraverso un protocollo comune, ActivityPub, diventato standard del World Wide Web Consortium nel 2018. Un utente registrato su un server può seguire ed essere seguito da utenti registrati su server completamente diversi, esattamente come un'email inviata da un fornitore raggiunge la casella di un altro fornitore, senza che nessuna delle due aziende possieda l'intera rete.

È, letteralmente, un tentativo di ricostruire l'architettura del Web 1.0, distribuita e senza un proprietario unico, dentro un'interfaccia che offre però le funzionalità a cui gli utenti dei social network si sono abituati nel frattempo.

Le migrazioni di massa verso Mastodon, e più tardi verso Bluesky, costruito su un protocollo proprio chiamato AT Protocol, si intensificano fra la fine del 2022 e il 2023. Coincidono con l'acquisizione di Twitter da parte di Elon Musk e con i cambiamenti radicali, spesso unilaterali, che ne seguono nelle regole di moderazione e nei criteri di visibilità algoritmica: un caso da manuale dello schema descritto da Doctorow.

Ma il numero di utenti che effettivamente migra resta, a ogni ondata, una piccola frazione di quelli che minacciano di farlo o che si limitano a registrare un account senza poi usarlo.

Le ragioni non sono solo tecniche, anche se la scelta di un server fra migliaia, ciascuno con la propria cultura e le proprie regole, introduce un attrito cognitivo che le piattaforme centralizzate avevano accuratamente eliminato. La ragione più profonda è quella che la prossima sezione analizza in termini strutturali. Una rete vale, per ciascun individuo, in proporzione a quante altre persone significative per lui la usano già. E su questo terreno nessuna alternativa tecnicamente superiore parte mai alla pari.

Tor e gli onion service: l'anonimato come infrastruttura

A metà degli anni Novanta, al Naval Research Laboratory della Marina statunitense, i ricercatori Paul Syverson, Michael Reed e David Goldschlag sviluppano l'*onion routing*. La tecnica incapsula il traffico di rete in più strati di cifratura e lo fa rimbalzare attraverso una catena di nodi gestiti da volontari sparsi nel mondo, in modo che nessun singolo nodo conosca insieme la provenienza e la destinazione di una comunicazione.

Nel 2004 il software viene rilasciato come progetto libero, con il sostegno della Electronic Frontier Foundation. Nel 2006 nasce il Tor Project, un'organizzazione no profit indipendente che lo mantiene ancora oggi.

C'è un paradosso istruttivo nella storia di questo finanziamento. Per gran parte della sua esistenza, Tor è stato sostenuto in misura significativa da fondi del governo statunitense, attraverso canali come l'Open Technology Fund, esplicitamente per aiutare dissidenti, giornalisti e attivisti nei paesi autoritari a comunicare ed accedere a informazioni senza essere identificati. È un caso raro, e per certi versi opposto a quello immaginato da Tarnoff, di infrastruttura finanziata con denaro pubblico non per garantire un servizio universale, ma specificamente per rendere possibile l'anonimato e aggirare il controllo, anche quello dei governi che la finanziano.

A differenza di Mastodon, Tor non cerca di ricostruire la visibilità sociale di una rete, chi segue chi, chi conosce chi. Offre infrastruttura per la connessione e la pubblicazione senza identificazione. Gli *onion service*, siti raggiungibili solo attraverso la rete Tor a un indirizzo che non rivela né la posizione fisica del server né l'identità di chi lo gestisce, sono lo strumento con cui questa anonimità si trasforma in pubblicazione.

SecureDrop permette a una fonte di consegnare documenti a un giornalista senza lasciare tracce identificabili. Fu sviluppato nel 2012, col nome DeadDrop, da Aaron Swartz insieme al giornalista Kevin Poulsen, e ribattezzato SecureDrop nel 2013, dopo la morte di Swartz, dalla Freedom of the Press Foundation, che oggi lo mantiene e usato dalle redazioni di testate come il *New York Times*, il *Guardian* e ProPublica.

Perfino Facebook gestisce, dal 2014, un proprio onion service, pensato per essere raggiungibile dagli utenti nei paesi dove la piattaforma viene bloccata o sorvegliata. È un'ironia non da poco: l'azienda che meglio incarna la cattura commerciale descritta in questo libro è costretta a ricorrere a un'infrastruttura nata per sottrarsi esattamente a quel tipo di controllo.

La stessa anonimità che protegge una fonte giornalistica o un dissidente in un regime autoritario rende possibile, con identica efficacia, mercati illegali irraggiungibili dalle forze dell'ordine. Silk Road, il più noto, operò come bazar di sostanze stupefacenti su un onion service dal 2011 al 2013, prima di essere smantellato dall'FBI.

Non è una contraddizione da risolvere. È un'ulteriore conferma, forse la più netta in questo libro, dell'argomento di Morozov: un'infrastruttura davvero neutra rispetto ai fini di chi la usa non può, per costruzione, distinguere fra il dissidente e il trafficante.

Tor non ha mai promesso di farlo, e proprio per questo resta uno dei rari casi discussi in questo capitolo ad aver mantenuto per due decenni un frammento concreto della promessa originaria. Non un'audience, non una piazza visibile, ma la possibilità, per chi ne ha davvero bisogno, di parlare e di essere raggiunto senza che nessuno, governo o azienda, possa risalire a chi sia stato a farlo.

Effetti di rete: perché decentralizzare è difficile anche quando lo si vuole

Srnicek aveva già nominato l'effetto di rete come motore della concentrazione delle piattaforme: più utenti usano un servizio, più quel servizio diventa prezioso per ogni singolo utente, in un circolo che premia chi è già grande e penalizza ogni nuovo entrante.

Quello stesso meccanismo, descritto in positivo come motore di crescita, va letto in negativo come ostacolo strutturale a qualunque tentativo di abbandonare una piattaforma dominante. Vale indipendentemente da quanto siano buone le ragioni per farlo.

L'economista Albert O. Hirschman, in un libro del 1970 rimasto un classico, *Exit, Voice, and Loyalty*, distingueva due risposte possibili al deterioramento di un'organizzazione di cui si fa parte. L'uscita, andarsene verso un'alternativa. E la voce, protestare dall'interno per ottenere un cambiamento. La sua intuizione decisiva è che la scelta fra le due dipende dai costi relativi di ciascuna.

Per un singolo utente di una piattaforma social, il costo dell'uscita non è mai puramente tecnico. Esportare i propri dati e aprire un account altrove richiede pochi minuti. Il costo è sociale: lasciare significa abbandonare un pubblico costruito in anni, perdere il contatto con persone che non seguiranno l'utente su una piattaforma meno popolata. È l'inversione esatta della company town, dove il lavoratore restava per non perdere ciò che aveva costruito, non per ottenere qualcosa di nuovo.

Il risultato è un classico problema di azione collettiva. In un mondo ipotetico ogni singolo utente starebbe meglio se tutti insieme migrassero verso un'alternativa decentralizzata e tecnicamente più sana. Ma nessun singolo utente ha un incentivo razionale a muoversi per primo, perché muoversi da soli significa solo perdere la propria rete senza guadagnarne una nuova.

Questo non rende irrilevanti le critiche di Doctorow o le alternative come Mastodon. Significa che nessuna delle due, da sola, può rovesciare l'equilibrio. Serve qualcosa che cambi i costi relativi dell'uscita e della permanenza, non solo la qualità morale dell'alternativa.

Tarnoff: riprendersi internet

Nel 2022 il giornalista Ben Tarnoff pubblica *Internet for the People*, un libro che sposta deliberatamente il piano della discussione dal protocollo tecnico, come Mastodon, alla struttura proprietaria. Per questo si propone come la risposta più radicale, fra quelle esaminate in questo capitolo, al problema posto da Hirschman. La tesi di Tarnoff è che il difetto da correggere non sia una scelta progettuale sbagliata di singole aziende, ma la natura stessa, privata e orientata al profitto, dell'infrastruttura su cui internet oggi corre.

Tarnoff ricorda un fatto che la retorica cyberlibertaria di Barlow tende a rimuovere. La rete su cui Barlow scriveva la propria Dichiarazione nel 1996 era, fino a pochi anni prima, un'infrastruttura pubblica.

ARPANET, la rete sperimentale finanziata dal Dipartimento della Difesa americano negli anni Sessanta, e NSFNET, la sua erede civile finanziata dalla National Science Foundation negli anni Ottanta, erano entrambe possedute e gestite da enti pubblici, secondo regole d'uso non commerciali. La privatizzazione di quella infrastruttura si completa proprio nella prima metà degli anni Novanta.

È il presupposto materiale, raramente discusso, della stessa libertà che Barlow celebrava: non l'assenza di governo, ma il passaggio di proprietà da un governo a una manciata di aziende private, proprio nel momento in cui la Dichiarazione proclamava l'irrilevanza di entrambi.

La proposta di Tarnoff non è tornare a quel modello pubblico tale e quale. È estendere all'infrastruttura digitale logiche di proprietà che le città occidentali applicano da un secolo ad altre infrastrutture di rete, l'acqua, l'elettricità, i trasporti: reti a banda larga municipali,

cooperative di utenti che possiedono collettivamente le piattaforme che usano, modelli ibridi di regolamentazione pubblica degli operatori privati.

È una proposta che lavora sul piano della proprietà, non su quello della tecnologia. Cambia chi possiede il terreno della piazza, non come ci si muove sopra di essa. In questo si distingue nettamente da Mastodon, che offre un'alternativa tecnica a costo di rete pressoché nullo per chi la promuove ma alto per chi dovrebbe adottarla. Tarnoff propone invece di cambiare i costi strutturali dell'intero sistema, agendo non sui singoli utenti ma sulle regole con cui le infrastrutture vengono finanziate e governate.

La piazza è ancora pubblica, o solo accessibile?

Conviene, a questo punto, distinguere due parole che la lingua corrente tende a confondere: accessibile e pubblico. Una piazza è accessibile se chiunque può, in linea di principio, entrarci e attraversarla. È pubblica se le regole che ne governano l'uso, gli orari, i comportamenti ammessi, il diritto di restarci o di venirne allontanati, rispondono a una qualche forma di responsabilità collettiva verso chi la frequenta: un consiglio comunale eletto, una tradizione consuetudinaria, un tribunale a cui appellarsi.

L'urbanista Margaret Kohn, in *Brave New Neighborhoods* (2004), applica questa distinzione ai centri commerciali americani. Sono spazi che imitano nell'aspetto la piazza tradizionale, panchine, fontane, vetrine allineate come negozi su una via, e restano proprietà privata: il gestore può far allontanare chiunque distribuisca volantini politici o organizzi una protesta, senza dover rendere conto a nessuno al di fuori del proprio consiglio di amministrazione.

Le piattaforme descritte in questo libro sono accessibili in un senso che la storia dei media non aveva mai conosciuto prima. Chiunque abbia una connessione può, in pochi minuti e senza chiedere permesso a nessun editore, pubblicare qualcosa che potenzialmente raggiunge mi-

lioni di persone. Quella parte della promessa di Barlow, come si è osservato nel Prologo, si è effettivamente realizzata, ed è un cambiamento che meriterebbe più gratitudine di quanta la critica delle piattaforme tenda a concedergli.

Ma l'accessibilità non equivale alla natura pubblica dello spazio in cui quella voce si esercita. Le regole di moderazione descritte da Gillespie, gli algoritmi di raccomandazione che hanno sostituito il palinsesto, le politiche di demonetizzazione, la possibilità di chiudere un account senza appello indipendente: sono tutte decisioni che rispondono a un consiglio di amministrazione, non a un elettorato o a una magistratura.

La piazza, in questo senso preciso, non è mai diventata pubblica. È diventata, semmai, il centro commerciale più grande e più frequentato mai costruito: aperto a tutti e governato da nessuno che debba risponderne a chi lo frequenta.

Epilogo: Una voce in affitto

Si torna alla dichiarazione di Barlow, letta oggi su un sito ospitato da un'azienda privata, indicizzato da un'altra, condiviso su piattaforme di altre tre o quattro. Non è cambiato il testo. È cambiato tutto ciò che lo circonda.

Una delle due metà della promessa si è realizzata con una pienezza che nel 1996 sarebbe parsa fantascienza. Chiunque può parlare. Non in teoria, in pratica: un adolescente con uno smartphone raggiunge oggi, con un video girato nella propria stanza, un pubblico che un direttore di rete televisiva del Novecento avrebbe considerato un traguardo di carriera.

Indymedia, i blog, Wikipedia, l'intera produzione tra pari descritta da Benkler non sono stati spazzati via dal capitalismo di piattaforma. Convivono con esso, lo attraversano, a volte lo usano contro se stesso, come quando un video amatoriale smonta in poche ore la versione ufficiale di un fatto di cronaca. Sarebbe disonesto, e anche ingrato verso chi ha costruito quell'infrastruttura, raccontare questi vent'anni come una storia di sola perdita.

L'altra metà della promessa, quella sul luogo, si è rovesciata quasi esattamente. Nessuno possiede la stanza in cui quella voce risuona. Non per l'assenza di un padrone, come immaginava Barlow, ma per la sua presenza fin troppo concreta: un consiglio di amministrazione, un algoritmo ottimizzato per un parametro che non coincide quasi mai

con l'interesse di chi parla, una policy di moderazione che può cambiare da un giorno all'altro senza nessun obbligo di motivarla a chi ne subisce le conseguenze.

Zuboff, Srnicek, Doctorow, Gillespie, ciascuno a modo proprio, hanno descritto la stessa scoperta da angolature diverse. L'infrastruttura che rende possibile la voce non è mai stata, e forse non poteva essere, lo spazio neutro che la retorica fondativa prometteva.

Questo libro non chiude con una soluzione, perché non ne ha trovata una che meriti il nome. Mastodon e i protocolli federati mostrano che un'alternativa tecnica esiste; gli effetti di rete mostrano perché quasi nessuno, individualmente, ha interesse a usarla per primo.

Tarnoff mostra che si potrebbe trattare l'infrastruttura digitale come un'utenza pubblica, l'acqua, l'elettricità. Ma quella proposta richiede un cambiamento politico di portata che nessuna piattaforma, per quanto criticata, è mai stata costretta ad affrontare davvero. E Morozov ricorda che nemmeno la soluzione perfetta esisterebbe: nessuna infrastruttura, pubblica o privata, federata o centralizzata, possiede di per sé una direzione morale. La direzione la imprime sempre chi la controlla, e chi la controlla può cambiare.

Forse la domanda con cui aprire una nuova fase di questa storia non è se la piazza tornerà a essere pubblica. È se abbia mai smesso di essere ciò che, in fondo, le piazze sono sempre state: terreni contesi, mai definitivamente conquistati né da chi vi parla né da chi li possiede, dove ogni generazione deve ricominciare a chiedersi a chi appartenga davvero la voce che vi risuona.

La differenza, oggi, è che il padrone ha un nome, un fatturato, un consiglio di amministrazione che risponde ai propri azionisti. Sapere a chi si paga l'affitto è già, forse, un primo passo per discutere i termini del contratto.

Testi di riferimento

Il sogno cyberlibertario

William Gibson, *Burning Chrome* (racconto), 1982
William Gibson, *Neuromante* (Neuromancer), 1984
John Perry Barlow, *Dichiarazione d'indipendenza del Cyberspazio* (A Declaration of the Independence of Cyberspace), 1996 (trad. it. di Giovanni Martini)
Steven Levy, *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*, 1984
Eric S. Raymond, *La cattedrale e il bazaar* (The Cathedral and the Bazaar), 1999
Manuel Castells, *La nascita della società in rete* (The Rise of the Network Society), 1996

Il vangelo digitale di Wired

Louis Rossetto, "The Digital Generation" (editoriale, *Wired* 1.1), 1993
Nicholas Negroponte, *Essere digitali* (Being Digital), 1995
Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls, David Weinberger, *Cluetrain Manifesto* (The Cluetrain Manifesto), 1999
Kevin Kelly, *Out of Control: The New Biology of Machines, Social Systems, and the Economic World*, 1994
Kevin Kelly, *Quello che vuole la tecnologia* (What Technology Wants), 2010

Produzione dal basso

Dan Gillmor, *We the Media*, 2004
Yochai Benkler, *La ricchezza della rete* (The Wealth of Networks), 2006
Clay Shirky, *Uno per uno, tutti per tutti* (Here Comes Everybody), 2008

Aaron Swartz

Aaron Swartz, *Guerrilla Open Access Manifesto*, 2008
Justin Peters, *The Idealist: Aaron Swartz and the Rise of Free Culture on the Internet*, 2016

Piattaforme e sorveglianza

Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0" (saggio), 2005
Zeynep Tufekci, "YouTube, the Great Radicalizer" (saggio, *The New York Times*), 2018
Eli Pariser, *Il filtro* (The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You), 2011
Shoshana Zuboff, *Il capitalismo della sorveglianza* (The Age of Surveillance Capitalism), 2019
Nick Srnicek, *Capitalismo digitale* (Platform Capitalism), 2016

Controllori algoritmici

Tarleton Gillespie, *Custodians of the Internet*, 2018
Adrian Chen, «The Laborers Who Keep Dick Pics and Beheadings Out of Your Facebook Feed» (saggio, *Wired*), 2014
Cory Doctorow, *The 'Enshittification' of TikTok* (saggio, *Wired*), 2023
Brooke Erin Duffy, *(Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work*, 2017

La critica del cyber-utopismo

Evgeny Morozov, *L'ingenuità della rete* (The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom), 2011

Decentralizzazione e suoi limiti

Albert O. Hirschman, *Lealtà, defezione, protesta* (Exit, Voice, and Loyalty), 1970
Ben Tarnoff, *Internet for the People*, 2022
Margaret Kohn, *Brave New Neighborhoods: The Privatization of Public Space*, 2004

Anonimato e onion routing

Roger Dingledine, Nick Mathewson, Paul Syverson, "Tor: The Second-Generation Onion Router" (saggio), 2004

Nella stessa collana

1. *Il Golem — Argilla e Parola*
2. *Abitare la Soglia — Una cartografia della coscienza*
3. *Errare — Mito e Spazio del Labirinto*
4. *Il Luogo Comune — Viaggiare nell'Epoca della Sua Riproducibilità*
5. *Causalità e Sincronicità — Una problematizzazione senza tesi*
6. *Vendere il Cielo — La Pubblicità come Paesaggio Totale*
7. *La Natura non Esiste — Una storia culturale dell'ambiente*

L'autore

Giovanni Martini, sociologo, vive in Trentino sull'Altopiano di Pine'. Lettore onnivoro con una predilezione per la narrativa speculativa, la filosofia e la scienza, coltiva da sempre la ricerca di connessioni tra discipline distanti: fisica e coscienza, Oriente e Occidente, mito e tecnologia. Preferisce le tensioni irrisolte alle sintesi facili. La *Collana Erranze* è il luogo in cui raccoglie questi sconfinamenti.